



„Erasmus+ KA2“ projektas STORIE

**Smulkių įmonių kaime verslumo įgūdžių gerinimas, siekiant sukurti naujus
kaimo turizmo produktus, pagrįstus nematerialiu kultūros paveldu**

Sutarties Nr. 2018-1-HU01-KA202-047746

IO 3: STORIE įžvalgos ir patirtys

Kaimo turizmo patirtys

*Šis projektas finansuojamas remiant Europos Komisijai,
„Erasmus+“ programos lėšomis. Šis kūrinys atspindi tik
autoriaus požiūrį, todėl Komisija negali būti laikoma
atsakinga už bet kokį jame pateikiamos informacijos
naudojimą.*

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



TURINYS

1. IVADAS	3
2. TIKSLINĖS GRUPĖS	4
3. STORIE PROJEKTAS	4
4. KAS YRA KAIMO TURIZMO PATIRTIS?	5
5. KAIMO TURIZMO PATIRTYS STORIE PROJEKTO PARTNERIŲ ŠALYSE	5
6. BAIGIAMOSIOS PASTABOS	20
PRIEDAS NR. 1. KITŲ ŠALIŲ PROGRAMOS SUKURTOS PER <i>PRODUCT CLUB</i> SEMINARUS (ANGLŲ KALBA)	21

1. Įvadas

„Erasmus+“ projektas STORIE siekia pagerinti mažų kaimo įmonių konkurencingumą plėtojant jų įgūdžius ir gebėjimus kurti ir reklamuoti turizmo produktus, pagrįstus nematerialiu kultūros paveldu. Projekto metu sukurta naujoviška mokymosi programa, kuri lengvai yra visiems prieinama internete. Mokymosi programa palengvina vietos verslo bendruomenių plėtrą ir leidžia susipažinti su kitų regionų (projekto partnerių) turizmo patirtimi.

STORIE projekto prioritetinės ir tikslinės grupės - mažos kaimo įmonės (vadovai, darbuotojai), kurios priklausau arba yra susijusios su turizmo sektoriumi ir vykdo veiklą pagal šiuos kodus:

- I55 Apgyvendinimas,
- I56 Maisto ir gėrimų aptarnavimo veikla,
- C10 - maisto produktų gamyba,
- C11 – Gėrimų gamyba,
- N79 Kelionių agentūra, kelionių organizatorius ir kita rezervavimo paslauga bei susijusi veikla,
- R93 - Sportinė veikla, pramogų ir poilsio veikla,
- R91 - Bibliotekos, archyvai, muziejai ir kita kultūrinė veikla.

Kitos potencialios tikslinės grupės yra kaimo įmonės, kurios ketina ateityje įsitraukti į turizmo sektorių arba bendradarbiauti su pagrindine tiksline grupe kuriant turizmo produktus:

- A1 - augalininkystė ir gyvulininkystė, medžioklė ir susijusi paslaugų veikla,
- A3 - žvejyba ir akvakultūra,
- C13 - tekstilės gamyba,
- C14 - drabužių gamyba,
- C15 - odos ir panašių gaminių gamyba,
- C16 - medienos ir medienos bei kamštienos gaminių, išskyrus baldus, gamyba; dirbinių iš šiaudų ir pynimo medžiagų gamyba,
- C32 - kita gamyba,
- G47 - mažmeninė prekyba, išskyrus variklinių transporto priemonių ir motociklų prekybą.

STORIE suinteresuotosios šalys yra:

1. Asociacijos, atstovaujančios kaimo (turizmo) sektoriaus įmonėms.
2. Profesinio mokymo organizacijos (nuo vidurinio iki aukštojo lygio), teikiančios mokymą (oficialų ir neformalų) kaimo turizmo ir susijusių sektorių įmonėms.
3. Politikos formuotojai ir viešosios įstaigos turizmo srityje arba susijusiose srityse.
4. Žmonės gyvenantys vietos kaimo bendruomenėse (kaip nematerialaus kultūros paveldo saugotojai ir perteikėjai).

Projekto metu išplėtos 3 pagrindinės dalys:

- O1 - STORIE Mokymosi programą
- O2 - STORIE Mokymosi įrankiai
- O3 - STORIE Įžvalgos ir patirtis

STORIE įžvalgų ir patirties vadovai yra tikslinės rekomendacijos, padedančios plačiau įgyvendinti projektą. Kiekvienas vadovas skirtas konkrečiai projekto suinteresuotųjų šalių grupei, kurio galutinis tikslas yra remti mažas kaimo įmones, kuriant ir plėtojant turiningą turizmo patirtį, pasitelkiant STORIE projekto metu įgyvendintas veiklas ir surinktas patirtis:

1. „STORIE Kaimo turizmo patirtys“ yra kaimo turizmo patirčių rinkinys, sukurtas ir išbandytas naudojant STORIE mokymosi priemonę projekto partnerių šalyse. Šis gidas yra naudojamas kaip tolesnės patirties plėtojimo partnerių ir kitose šalyse vadovas. Jis skirtas tiek tiesioginiams tikslinėms STORIE grupėms, tiek visiems atitinkamiems suinteresuotiesiems subjektams.

2. „STORIE Vadovas pedagogams” pateikiamos pamokos ir rekomendacijos, kaip rengti mokymo programas mažosioms kaimo turizmo sektoriaus įmonėms. Jame svarstomos neoficialios mokymo programos, taip pat pateiktas planas galimai integracijai į oficialų švietimą. Šis vadovas skirtas profesinio mokymo organizacijoms.

3. „STORIE Vadovas politikos formuotojams” pateikiamos rekomendacijos, susijusios su parama plėtojant ir reklamuojant kaimo turizmo patirtį, paremtą nematerialiu kultūros paveldu.

Šis vadovas yra suinteresuotųjų šalių įžvalgos ir STORIE projekto patirtis.

2. Tikslinės grupės

Vadovas „Kaimo turizmo patirtys” daugiausia skirtas STORIE projekto pagrindinei tikslinei grupei - mažoms kaimo įmonėms.

Pagrindinę „STORIE” mokymosi programos tikslinę grupę sudaro mažos kaimo įmonės, kurios yra susijusios su turizmo sektoriumi bei vykdo veiklą, susijusią pagal šiuos kodus:

- I55 - Apgyvendinimas
- I56 - Maisto ir gėrimų paslaugų veikla
- C10 - Maisto produktų gamyba
- C11 - Gėrimų gamyba
- N79 - Kelionių agentūra, kelionių organizatorius ir kita rezervavimo paslauga bei susijusi veikla
- R93 - Sporto veikla, pramogų ir poilsio veikla
- R91 - bibliotekos, archyvai, muziejai ir kita kultūrinė veikla

Šis vadovas atneš geresnius projekto rezultatus – padidins skaitytojų supratimą apie „Product Club” metodikos pritaikymą realybėje ir jos nešamą naudą. Kitų šalių kaimo turizmo pavyzdžiai praplės pasaulėžiūrą bei padės sugeneruoti naujas idėjas kiekvienai mažai įmonei kaime.

3. STORIE projektas

Šis vadovas buvo parengtas įgyvendinant „Erasmus +” strateginės partnerystės projektą STORIE (2018–2020 m.)

Kaimo turizmas sprendžia kaimų tuštėjimo problemas, skatina aplinkos apsaugos gerinimą, padeda išlaikyti „tradicinius” įgūdžius, skatina bendruomenės stiprybę ir vietos identitetą. Gerai valdomas kaimo turizmas gali būti puiki priemonė saugant ir propaguojant kultūros paveldą, praturtinant daugelio žmonių gyvenimą.

Kai kurios pastebėtos kaimo turizmo tendencijos per pastaruosius kelerius metus apima augantį susidomėjimą unikalia, autentiška patirtimi ir padidėjusius kokybės lūkesčius. Tačiau kaimo turizmo pasiūla išlieka labai suskaidyta. Ją sudaro daugybė regioniniu mastu išsklaidytų šeimos valdomų ar priklausomų įmonių, kurios nuoširdžiai laukia turistų, tačiau jose trūksta nuoseklumo paslaugų kokybės atžvilgiu, ribotas skirtingų paslaugų pasirinkimas.

Nors tvarus turizmas yra skatinamas daugelyje ES šalių, jis sudaro tik dalį visos turizmo rinkos ir daug potencialo lieka neišnaudota. Dauguma kaimo turizmo verslininkų neturi pakankamai žinių bei įgūdžių produktų kūrimo, taip pat neturi nei laiko, nei finansinių išteklių jiems gauti.

Didėjantis susidomėjimas kaimo ir ekologiniu turizmu sukuria naujų verslo ir regionų plėtros galimybių, tačiau tik tiems, kurie turi atitinkamą strategiją ir gebėjimų. Arši konkurencija turizmo sektoriuje reikalauja naujų žinių, įgūdžių ir bendrų pastangų visais lygmenimis - nuo politikos formuotojų iki labai mažų įmonių. Patrauklaus turizmo produkto kūrimą gali palengvinti bendradarbiavimas, koordinavimas ir parama, taip pat supratimas, kaip panaudoti unikalius regiono bruožus kuriant įsimintiną turizmo patirtį.

STORIE projektas pagerina mažų kaimo įmonių konkurencingumą, ugdydamas jų įgūdžius ir gebėjimus kurti ir reklamuoti tvarius turizmo produktus, paremtus nematerialiu kultūros paveldu (rankdarbiai, kulinarijos praktikos, muzika, istorijos, papročiai ir kt.). Sukurta mokymosi programa suteikia išsamų vaizdą apie kultūrinio turizmo produkto kūrimą, apie kompetencijas ir užduotis, reikalingas efektyviam ir tvariam produktų dizainui, ir skatina mažų kaimo įmonių bendradarbiavimą bei palengvina vietos verslo bendruomenių plėtrą.

4. Kas yra kaimo turizmo patirtis?

Kaimo turizmo patirtis yra turistų emocijų ir socialinių pojūčių kompleksas, kuris yra glaudžiai susijęs su kelionės tikslu, vieta, paslaugų paketo kokybe, infrastruktūra ir santykiais su šeiminkais ar vietiniais gyventojais. Bendraujant su šeiminkais ir vietos žmonėmis svarbią vietą užima svetingumas ir autentiškumas, kurie padeda sukurti unikalią turizmo patirtį. Turizmo produkto kūrimą palengvina supratimas, kaip panaudoti unikalias regiono savybes, norint sukurti įsimintiną turizmo patirtį. Nematerialusis kultūros paveldas apima šią socialinę ir ekonominę naudą:

- Suteikia mums tapatumo ir priklausomybės jausmą, padeda jaustis bendruomenės dalimi;
- Atstovauja ir palaiko kultūrinę įvairovę globalizacijos amžiuje;
- Sukuria naujas darbo vietas ir pajamas;
- Gali praturtinti bet kurios vietovės turizmo pasiūlą;
- Prisideda prie tvaraus vystymosi.

Kiekviena patirtis sukurta tam tikram turistų segmentui ir įtraukia ne tik paslaugų teikėjus, bet ir vietos bendruomenę, kuri gali pasidalinti savo tradicijomis, istorija ir nematerialiu kultūros paveldu. Nematerialaus kultūros paveldo tradicijos ir praktika daro teigiamą socialinį poveikį skatindamos integraciją, įtraukimą ir dalyvavimą. Tradicinės žinios, vertybės ir praktika žemės ūkyje padeda išlaikyti tvarumą ir apsaugoti biologinę įvairovę. Tradicinės sveikatos praktikos, pagrįstos vietiniais gamtos ištekliais, yra lengviau prieinamos ir turi holistinį požiūrį į žmogaus sveikatą ir sveikatingumą.

Turizmo pramonės esmė – bendradarbiavimas ir įsimintinų turizmo patirčių kūrimas ir pasiūla.

STORIE turizmo patirties kriterijai:

- Visų susijusių subjektų bendras produktas, paslauga ar patirtis (bendras prekės ženklas);
- Sukurtas produktas, paslauga ar patirtis pasinaudoja vietovės stiprybėmis ir, kai tik įmanoma, papildo paskirties vietos valdymo strategiją;
- Sukurtas turizmo produktas gali būti palaikomas valdžios institucijų ar kitų suinteresuotų subjektų turizmo srityje;
- *Product club* metodas turi potencialo įtraukti vietos bendruomenes ir ne turizmo įmones taip sukurdamas pridėtinės vertės sinergiją;
- Kiekvienas *Product club* narys gauna teisingą naudos (rinkos galimybių, pardavimų, klientų pasitenkinimo, paskirties konkurencinio pranašumo) dalį.

5. Kaimo turizmo patirtys STORIE projekto partnerių šalyse

5.1. *Product club* seminaro rezultatai

Kiekvieno partnerio šalyje 2021 m. sausio – kovo mėnesiais įvyko *Product club* dirbtuvės. Turizmo *Produkt club* seminarai suteikia daug naudos dalyvavusiems asmenims. Sukurtos idėjos gali paskatinti geriau pasinaudoti rinkos galimybėmis, padidinti įsiliejimą į rinką išievojant mažiau individualių pastangų, galimybė kontroliuoti sezoniskumą, padidinti konkurencingumą, padidinti patikimumą bei pagerinti verslo įvaizdį ateityje. Be to, įdomesnis produktas, unikali patirtis pritrauks daugiau turistų, o tai užtikrina sklandų verslo vykdymą ateityje.

5.1.1. VENGRIJA

Product club seminaras buvo suorganizuotas sausio 21 d. Mezókövesd, Vengrijoje. Mezókövesdas, kuriame gyvena 17 000 gyventojų, yra ties Bükko kalnų ir Didžiosios lygumos riba, o karalius Matthiasas jam 1464 m. suteikė turgaus miestelio titulą. Žemės ūkis, išvystyta pramonė ir kultūrinės-turistinės savybės atsispindi struktūroje ir Mezókövesdo miesto architektūroje.

Terminis Zsóry-Bath vanduo, turtingas matyó liaudies meno lobynas ir gyvas kultūrinis gyvenimas miestą padarė gerai žinomu Vengrijoje, Europoje ir pasaulyje.

Kalbant apie ekonominę geografiją, M3 greitkelio ir geležinkelio artumas miestui yra labai palankus. Tiek praeityje, tiek dabar gyventojai šį privalumą išnaudoja kaip įmanoma labiau bei tikisi plėtoti ateityje.

Product club seminare dalyvavo 10 žmonių, visi jie yra pagrindinės tikslinės grupės atstovai (apgyvendinimo teikėjai, restoranų savininkai, gidai, amatininkai, turizmo asociacijos, nematerialaus kultūros paveldo puoselėtojai) ir gyvena bei dirba Mezókövesd. Visi jie išbandė STORIE mokymosi programą prieš *Product club* seminarą.

Surinkę, išanalizavę ir aprašę potencialių tikslinių grupių ypatybes, jie pasirinko vienintelę, kuriai bus sukurtas turizmo produktas. Kelionių agentūros organizuojamos turistų grupės buvo pagrindinė *Product club* tikslinė grupė. Vertės pasiūlymas jiems: interaktyvūs skanūs potyriai Matyóland.

Kuriant produktą buvo sukurtas turizmo produktas, kuris:

- apima kultūrinę ir gastronominę patirtį;
- reprezentuoja aukštą kokybę;
- yra interaktyvus, pavyzdžiui, turistai galėtų sukurti tai, ką galėtų parsinešti namo;
- suteikia galimybę patirti Matyó liaudies meną.

Pilną sukurtą pasiūlymą galite rasti priede nr. 1.

5.1.2. KIPRAS

Product club seminaras įvyko Kovo 8 d. virtualiai (dėl karantino ribojimų gyvą renginį suorganizuoti buvo neįmanoma). Visi dalyviai buvo iš nedidelio turizmo koledžo, esančio Deryneia kaime Kipro rytuose, netoli garsiojo Agia Napos kurorto. Jie yra kolegijos studentai ir dėstytojai; dauguma jų taip pat dirba skirtingose turizmo sektoriaus įmonėse, siūlančiose apgyvendinimo ir restoranų paslaugas.

Deryneia kaimas yra garsus savo žemės ūkio produktais, ypatingai braškėmis (apie 60 proc. nacionalinės produkcijos) ir kasmet organizuojamu braškių festivaliu. Be žemės ūkio, daugelis kaimo gyventojų dirba turizmo ir amatų srityse. Kaimas garsėja šokių, teatro ir muzikos grupėmis. Kaime yra daugybė bažnyčių ir paminklų, lauko amfiteatras, folkloro muziejus ir kultūros centras. Nors Ammochostos dažniausiai žinomas kaip paplūdimio atostogų vieta, jis taip pat turi turtingą nematerialųjį kultūros paveldą, turintį legendų ir mitų, amatų ir tradicijų bei daugybę festivalių ištisuš metus.

Kelios dienos prieš seminarą dalyviai gavo informaciją apie STORIE projektą ir nematerialų Ammochostos regiono (kur yra jų kolegija ir įmonės) kultūros paveldą, taip pat kvietimą ir instrukcijas, kaip prisijungti prie STORIE mokymosi platformos internete. Seminaras prasidėjo trumpu įvadu apie projektą ir renginio tikslus, taip pat buvo pristatyta *Product club* metodika, o po to daugiausia dėmesio buvo skiriama kelioms kūrybiškumo technikoms, kurios bus naudojamos idėjoms generuoti ir aptarti. Dalyviai dirbo komandomis ir sukūrė dvi turizmo patirties idėjas, daugiausia dėmesio skirdami vietos mitams, festivaliams ir kulinariniam paveldui. Jie buvo išanalizuoti ir pateikti naudojant „5Ws ir H“ modelį:

	1 turizmo patirtis: Afroditės vakaras	2 turizmo patirtis: Ammochostos kulinarinis maršrutas
--	--	--

Kas?	Turistai, kurie siekia būti Afroditės istorijos dalimi	Turistai, norintys patirti, paragauti ir sužinoti apie Kipro vietinę virtuvę
Ką?	Interaktyvus į teatrą panašus renginys su kostiumais, tradiciniais valgiais ir gėrimais, šokiais, muzika	„Ayia Napa“ festivalio metu lankytojai turės galimybę papildyti savo patirtį papildoma veikla, susijusia su vietiniu kulinariu paveldu
Kur?	Aja Napos vienuolynas - vidinis kiemas	Ayia Napa ir aplinkiniai kaimai
Kada?	Kartojamas kas 15 dienų pavasarį, vasarą ir rudenį	Ayia Napa festivalio metu
Kodėl?	„Patirk“ praeitį, kaip ji pateikiama istorijose, mituose ir legendose	Pasinaudoti Ayia Napa festivaliu, kad paskatintini papildomą veiklą, susijusią su vietos kultūros paveldu
Kaip?	Bus įtrauktos kelios įmonės, įskaitant vietos šokių grupes, dainininkus, teatrą, restoranus, barus, kuriuos remia viešbučiai, kelionių agentūros, savivaldybė, vietos turizmo taryba.	Maži vietiniai viešbučiai ir tavernos sujungs jėgas, kad sukurtų savaitės gastronomijos programą, kuri vyks greta Ayia Napa festivalio. Apsilankę šiuose restoranuose ir tavernose, turistai paragaus patiekalų, priklausančių vietiniam kulinariam paveldui; specialiuose meniu taip pat bus pateiktos šių patiekalų istorijos ir, jei įmanoma, vietinės legendos.

5.1.3. LIETUVA

Product club seminaras buvo surengtas Kaune, Lietuvoje, kovo viduryje. Kaunas yra antras pagal dydį Lietuvos miestas, tačiau čia įsikūręs Lietuvos kaimo turizmo asociacijos biuras. Kadangi COVID apribojimai neleido susirinkti didesnei grupei į vieną vietą, Lietuvos partneriai surengė du seminarus - vieną ryte su 7 žmonėmis ir vieną vakare su 5 žmonėmis. Visi seminaro dalyviai buvo iš tikslinės projekto grupės - žmonės iš mažų kaimų, turintys mažą kaimo verslą. Seminare dalyvavo apgyvendinimo paslaugų teikėjai, ūkininkai, mažas vietos restoranas, vietos maisto gamintojas, kaimo bendruomenės narys.

Abiejų dirbtuvių struktūra buvo vienoda: iš pradžių dalyviai buvo supažindinti su projektu, netrukus pristatyta sukurta mokymosi priemonė ir išbandyta praktiškai kartu su dalyviais. Tada, po nedidelės pertraukos, buvo pristatyta *Product club* metodika ir skirtas laikas sukurti turizmo pasiūlymų paketų – pasiūlymus.

Ryte 4 seminaro dalyviai buvo iš Molėtų rajono, 2 dalyviai buvo iš Kauno rajono ir vienas iš Varėnos. Visi jie buvo suskirstyti į dvi mažesnes grupes, kad būtų sukurti turizmo paketai Molėtų rajonui ir Kauno rajonui. Vakare dalyvavo 3 dalyviai iš Radviliškio rajono, kurie jau turėjo veikiančią *Product Club* metodiką paremtą turizmo pasiūlymą. Jie supažindino su turimu produktu visus seminaro dalyvius (jis bus išsamiai aprašyta 5.2.4. dalyje Sodyba „Panekelių kaimas“). Kiti du dalyviai buvo iš Kaišiadorių rajono. Visi penki dalyviai susimąstė galimą naują turizmo paketą Kaišiadorių rajonui.

Visos sugalvotos idėjos apėmė kultūrinę veiklą, gamtą, vietinį maistą ir vietines tradicijas, apgyvendinimą kaimo vietovėse.

Sukurtos idėjos:

1: “Pamatyk Molėtus kitomis akimis”

Visi žino populiariausias vietas Molėtuose, seminaro dalyviai iš šio rajono sugalvojo sukurti trijų dienų turistinį pasiūlymą be visų populiarių vietų – įtraukiant neatrastas mažas vietas Molėtų apylinkėse.

Tikslinė grupė: Visi turistai 25–55 metų amžiaus

Trukmė: 3 dienos

1 diena

- Atvykimas į sodybą “Alantos žirgai” Molėtų rajone
- Pasitikimo gėrimas (namų gamybos limonadas) ir ekskursija aplink sodybą (susipažinimas su žirgais ir mažaisiais poniais)
- Trijų vietinių ūkių lankymas, ekskursijos, edukacijos ir galimybė įsigyti vietinės produkcijos (lankomi ūkiai – bitynas, ožkų ferma (sūrių gamintoja) bei žolininkė)
- Ekskursija su gidu po Alantos dvarą - Alantos dvare yra kraštotyros muziejus, meno mylėtojai galės pamatyti čia įkurtą Vaidoto Žuko dailės galeriją.
- Vakaras: vakarienė - vietinis jautienos troškiny ant laužo, sauna bei laikas poilsiui
- Nakvynė sodyboje “Alantos žirgai”

2 diena

- Rytinis jodinėjimas Alantos žirgais
- Po to garuojantys pusryčiai iš vietinės produkcijos
- Kelionė su gidu į Labanoro regioninį parką bei prie vietinių ežerų
- Pietūs: galimybė rinktis iš įvairių lietuviškų patiekalų
- Vakaras: Kazimiero Jakučio koncertas sodyboje “Pagulbis”
- Nakvynė sodyboje “Pagulbis”

3 diena

- Pusryčiai sodyboje “Pagulbis”
- Juodosios keramikos pamokos įlankos sodyboje
- Kelionė laivu į “Robinzono salą”. Sala yra viduryje Bebruso ežero
- Pietūs įlankos sodyboje ir galimybė nakvoti „Robinzono saloje“ su palapinėmis.

2: “Miesto žmogus kaime”

Tikslinė grupė: šeimos ar mažos suaugusiųjų grupės

Trukmė: 2 dienos

1 diena

- Ekskursija sodyboje „Senosios gegužinės ūkis“, sodybos parodos pristatymas ir vietovės istorija
- Tradicinių patiekalų iš vietinių produktų gaminimas
- Laisvas laikas pasivaikščioti po fermą, galimybė susipažinti su visais gyvūnais, juos pašerti bei jodinėti arkliu
- Ekskursija į keramikos studiją „Molio virtuvė“, edukacija šioje vietoje ir amato išbandymas savo rankomis
- Vakaras - vakarienė, vietinio vyno degustacija
- Pirties laikas „Senosios gegužinės ūkyje“, naktinis maudymasis upėje
- Nakvynė sodyboje “Senosios gegužinės ūkis”

2 diena

- Rytiniai ūkio darbai (6 val. Ryto) – gyvulių šėrimas, šviežių vištos kiaušinių rinkimas, avių išgynimas į pievą, šviežių gėlių pusryčių stalo papuošimui rinkimas
- Pusryčių iš vietinių šviežių produktų gaminimas
- Kelionė į netoliese esantį ūkį - traktorių ekspozicija ir galimybė juos vairuoti, žaidimai „atspėk, kokie grūdai“
- Galimybė įsigyti vietinių šviežių produktų iš vietinių maisto gamintojų (daržovių, vaisių, duonos, pieno, kiaušinių, mėsos ir kt.)
- Galimybė apsisistoti sodyboje dar vienai nakčiai

5.1.4. KROATIJA

Virovitica ir Virovitica-Podravina apskritis pastaraisiais metais tapo žinomos dėl didikų pilių ir dvarų atnaujinimo, o pastatų atpažįstamumas remiasi didikų Pejačevićiaus ir Jankovičiaus šeimų paveldu. Seminaro dalyviai padarė išvadą, kad konkurencingas turizmo produktas galėtų būti kuriamas remiantis didikų šeimomis bei jų paliktu paveldu.

Pilną *Product club* seminaro dalyvių sukurtą produktą galite rasti priede nr. 1.

5.1.5. ISPANIJA

Extremadura regiono turizmo patirčių idėjas sukūrė studentai iš profesinės mokyklos „Hostelería y Turismo“, kurioje mokoma turizmo ir svetingumo. Naujas produktas yra sukurtas remiantis Orellana ežero privalumais ir kultūros paveldu aplink Orellana la Vieja miestą (ir visoje Extremadura vietovėje).

Tai liečia svarbiausią regiono ežerą su viena ilgiausių vidinių pakrančių linijų ir viena iš nedaugelio vietovių, kurios paplūdimys turi mėlynosios vėliavos sertifikatą, taip pat aplink jį driekiasi pėsčiųjų / dviračių maršrutas. Dehesos kraštovaizdžio (pripažinto gamtos paveldu) apsuptyje vietovė taip pat siūlo platų tradicijų ir kultūrinės veiklos spektrą, kuris yra aktualus. Buriavimo mokykla įsikūrusi prie ežero, siūlo baidarių nuomą ir kitus laisvalaikio užsiėmimus. Žvejyba taip pat yra viena iš pagrindinių turizmo veiklų.

Ekstremaduros regione gyvena 1.061,9979 žmonės, vietovė yra labai kaimiška, joje yra tik 3 miestai (Badajoz, Cáceres, Mérida), o didžiausias Badajozas turi apie 160 000 gyventojų. Orellana la Vieja 2020 m. duomenimis gyvena 2,641 gyventojas.

Studentų sukurti turistiniai produktai siūlo pilną patirtį, kuri gali trukti nuo 2 iki 3 dienų, įtraukiant įvairias veiklas, o ežeras yra pagrindinė nuoroda. Visi paketai siūlo platų vietinio kulinarinio paveldo pasirinkimą su įvairiausiomis vietomis pietums bei vakarienei.

Žemiau esančioje lentelėje pateikiami 3 iš 5 sukurti pasiūlymai:

Turisto apibūdinimas	Kokia yra patirtis?	Kokie naudojami vietiniai ištekliai?
Užsienio turistai iš miesto, suaugęs, keliaujantis atskirai arba poroje	Kombinuotas patyrimas apie alyvuoges ir alyvuogių aliejaus gamybą, apsilankymas kumpių gamykloje ir žvejyba ežere. Nakvynė viešbutyje / apartamentuose.	Žvejybos įmonė Vietinių turistų pasiūlymai Alyvmedžiai Alyvuogių aliejaus malūnas Vietinis svetingumo verslas
Jauni suaugusieji, orientuoti į nuotykius, keliaujantys mažoje grupėje	Laisvalaikio užsiėmimai aplink ežerą (baidarių maršrutas, kelionė katamaranais, buriavimas), šokinėjimas su guma nuo uolų ir žygiai pėsčiomis. Nakvynė kempinge.	Minėtą laisvalaikio veiklą siūlančios įmonės Maitinimo įmonės Vietinis svetingumo verslas

<p>Šeima su mažais vaikais (vienišas tėvas/mama)</p>	<p>Apsilankymas rajone esančiose kultūros vietose (archeologija, paminklai ir kt.), Kartu su laisvalaikio veikla aplink ežerą pritaikyta vaikams.</p> <p>Nakvynė viešbutyje / apartamentuose.</p>	<p>Minėtą laisvalaikio veiklą siūlančios įmonės</p> <p>Turizmo gidai</p> <p>Vietos valdžia</p> <p>Vietinis svetingumo verslas</p>
--	---	---

5.2. Kaimo turizmo bendradarbiavimo patirčių pavyzdžiai

Kiekvienoje projekto partnerio šalyje esama kaimo turizmo patirtis pateikiama kaip geras pavyzdys ir įkvėpimas kitiems tiekėjams, kurie taip pat planuoja bendradarbiauti ir kurti bendrus produktus.

5.2.1. VENGRIJA

1 pavyzdys: Balatoni Kör – Balatono ratas

2014 m. Kovo 21 d. dvidešimt žinomiausių Balatono ežero vyndarių ir restoranų simboliškai suformavo ratą aplink Balatono ežerą, norėdami pakelti savo svetingumą į aukštesnį lygį per bendradarbiavimą bei kulinariją, kuri pagrįsta vietiniu paveldu ir vietiniais produktais. Sukurdami Balatono ratą, nariai išsikėlė tikslą sukurti asociaciją, kurios tikslas bus saugoti vertybes aplink ežerą. Šio rato nariai yra kokybiško vyno bei kulinarijos atstovai, kurie laukia savo svečių ištisus metus. Jų tikslas yra panaudoti vietos išteklius ir pastatyti regioną per patrauklias vietines



paslaugas, kas padės regioną paversti patraukliu bei tinkamu lankyti ištisus metus. Jie nori sukurti paklausą aplink Balatono ežerą, o tai reiškia visą turizmo srities egzistavimo pagrindą eliminuojant sezoniškumą. „Balatono ratas“ yra bendruomenė, kuri vienija 34 narius iš 3 apskričių 6 vyno regionų prie Balatono ežero. Tarp asociacijos narių yra vietinis restoranas, pyragų parduotuvė, vyno baras ir kelios vyninės. Pagrindinė asociacijos varomoji jėga slypi sąjungoje ir kooperacijoje, todėl jie vienas kitą laiko kolegomis, o ne konkurentais.

Jie sukūrė bendrą vyno prekės ženklą „Balaton Wine“. Sukūrus „BalatonWine“ regioninį produktą, jų bendras tikslas yra stabilizuoti vynuogių augintojų padėtį Balatono regione ir sustiprinti jų derybinę galią. Jų geros kokybės vynuogių superkamos už palankią kainą, taip sukuria sąžiningos prekybos produktą visiems rinkos dalyviams. Ilgainiui jie siekia skatinti regioninę integracijos sistemą nuo pagrindų, galutinai atnaujinti Balatono vynuogynus, sukurti stabilias vidaus ir užsienio vynu rinkas ir padidinti auginimo plotus aplink ežerą. „BalatonWine“ gaminamas iš Olaszrizling (Welschriesling), lengvai geriamo, bet tuo pat metu vertingo ypač gastronomijai ir regioniniams pardavimams. „BalatonWine“ yra pirmasis regioninis vynuogių auginimo prekės ženklas Vengrijoje. „BalatonWine“ yra bendras „Balatono rato“ ir „Riesling Generation“ produktas, tačiau jį gaminti gali kiekvienas, atitinkantis kriterijus. Be to, produkto kokybę garantuoja „Balatono rato“ ir „Riesling Generation“ komisija. „BalatonWine“ galima gaminti tik iš vynu, kurie yra patvirtinti komisijos, o visi pareiškėjai sutinka, kad šis patikrinimas yra būtinas norint neprarasti kokybės.



Daugiau informacijos apie Balatono ratą ir Balatono vyną:

- <https://balatoni-kor.hu/en-GB/Home>
- <https://balatoni-kor.hu/en-GB/BalatonWine>
- https://www.instagram.com/balatonikor_official/
- https://www.facebook.com/balatonikor/about/?ref=page_internal
- <https://www.youtube.com/watch?v=vZAO0eNppw4>

2 pavyzdys: Matyó Velykos

Product club metodikos bei nematerialaus kultūros paveldo pagrindu buvo sukurtas turistinis pasiūlymas „Matyó Velykos“ – unikalus renginys šalyje, kuris įtraukia Matyó vietinius tautodailininkus. Bendradarbiaujant vietos valdžiai, vietos įmonėms (apgyvendinimo įstaigos, restoranai, amatininkai) ir nevyriausybinėms organizacijoms 2001 m. iš idėjos gimė labai populiarus turizmo produktas - renginys „Matyó Velykos“, kuris kiekvienais metais atnaujinamas.



Vietos apgyvendinimas siūlo unikalius paketus specialiai šiam savaitgaliui. Skanseno miesto rajone (taip vadinama Hadas) turistai gali rasti 2 dienų trukmės tautodailės programas (tautinių šokių grupių pasirodymai) ir tautodailės mugę, amatininkų šou amatininkų namuose, restoranuose siūlomi specialūs velykiniai patiekalai, o vietos valdžia suteikia vietą ir išteklius programai organizuoti.

Šis turistinis produktas puikiai tinka sezonui pratęsti, nes renginio savaitgalį apgyvendinimo įstaigos ir restoranai veikia visu pajėgumu, o savaitgalį mažame miestelyje ir jo apylinkėse lankosi apie 15 000 turistų.

Populiariausios programos per „Matyó Velykas“:

- Tradicinis maisto gamavimo šou su degustacija,
- Tautinių šokių kolektyvų pasirodymai,
- Velykų gyvūnų kiemas,
- Naktį maudyti nuotykių vonioje
- Medinis linksmybių ratukas vaikams ir liaudies žaislai
- Velykinis margučių dažymo šou ir amatų užsiėmimai
- Liaudies meno gaminių mugė
- Amatininkų parodos meistrų namuose (baldų tapyba, meduolių gamyba, muzika, keramika)
- Matyó muziejus: „mėlynos tapybos“ motyvų dirbtuvės
- Matyó namų „Pipícs“ kepimas, galimybė apsivilkti tradicinį Matyó kostiumą



Daugiau informacijos:

- <https://www.youtube.com/watch?v=Op9UzpjAisk>
- <http://matyofolk.hu/index.php?content=menu&cmd=view&id=84>

5.2.2. KIPRAS

1 pavyzdys: Larnakos nemokama žiemos patirtis

„Larnakos nemokama žiemos patirtis“ - tai savaitinė programa, apimanti daugybę nemokamų užsiėmimų turistams, apsistojantiems viešbučiuose, apartamentuose ir agroturistinėse įstaigose Larnakos regione. Kiekvieną žiemą ši programa organizuojama Larnakoje. Programa tęsiasi nuo



lapkričio 1 d. Iki kovo 31 d. Ir kiekvieną savaitę siūlo įvairius užsiėmimus. Visos veiklos yra prieinamos „užsukite ir mėgaukitės“ principu, išskyrus dvi ekskursijos po kaimą, apie kurias reikia įspėti prieš vieną dieną. Programa apima tokias veiklas kaip paukščių stebėjimas ir krepšių pynimas; visa diena lauke Mazotos kupranugarių parke, ekskursijos pėsčiomis po Larnaką ir vietinius kaimus kalnuose, halumi gamyba ir vyno degustacija, taip pat apsilankymai vietinėse dirbtuvėse, kuriose praktikuojami tradiciniai amatai, ir apsilankymai vietos muziejuose.

lapkričio 1 d. Iki kovo 31 d. Ir kiekvieną savaitę siūlo įvairius užsiėmimus. Visos veiklos yra prieinamos „užsukite ir mėgaukitės“ principu, išskyrus dvi ekskursijos po kaimą, apie kurias reikia įspėti prieš vieną dieną. Programa apima tokias veiklas kaip paukščių stebėjimas ir krepšių pynimas; visa diena lauke Mazotos kupranugarių parke, ekskursijos pėsčiomis po Larnaką ir vietinius kaimus kalnuose, halumi gamyba ir vyno degustacija, taip pat apsilankymai vietinėse dirbtuvėse, kuriose praktikuojami tradiciniai amatai, ir apsilankymai vietos muziejuose.

Nuotraukos šaltinis: Larnaca Tourism Board (Larnakos turizmo valdyba)

Šis paketas pateikia tikrą įžvalgą apie tai, kas yra Kipras už pajūrio pramogų, ši iniciatyva skatina turistus išeiti iš savo viešbučių ir išnaudoti vietines tradicijas, istoriją ir kultūrą. Visi užsiėmimai yra nemokami, pateikus viešbučių išduodamą čekį jų svečiams.

Larnakos nemokama žiemos patirtis skirta visų amžiaus grupių turistams, norintiems iširti Larnakos regiono kultūrinį pasiūlymą.

Šią turizmo patirtį sukūrė Larnakos turizmo taryba, regiono turizmo ir vietos valdžios ministerija bei keletas mažų regiono įmonių. Larnakos turizmo valdybos strategija orientuota į regiono patalpų ir paslaugų atnaujinimą, turizmo produkto praturtinimą ir kelionės tikslo įvaizdžio gerinimą.

Daugiau informacijos: <https://larnakaregion.com/directory/product/larnaka-winter-experiences>

2 pavyzdys: „Medaus maršrutai - Kipras“ programa

Kipras garsėja savo biologine įvairove. Laukinės levandos, laukiniai rozmarinai, eukaliptai ir kiti 1900 augalų tipai sudaro šalies florą ir daro Kipro laukinių gėlių medų tokį turtingą aromatu ir skoniu.



Devynios medaus gaminimo bendruomenės kalnuotame Larnakos regione sudaro klasterį, vadinamą Larnakos medaus kaimais.

2019 m. Pagal Europos MEDFEST programą, dalyvaujant Troodos teminių centrų tinkle, Kato Drys, Kato Lefkara, Layia, Melini, Odou, Ora, Vavla, Vavatsinia ir Agioi Vavatsinias kaimai buvo pažymėti bendra tapatybe ir dalyvavimu „Medaus maršrutai - Kipras“ turizmo programoje.

Projektas prasidėjo 2017 m., kai Larnakos turizmo taryba paprašė vietinių bitininkų pateikti turizmo idėjų bitininkystės tema. Buvo nuspręsta, kad kiekvienas kaimas turės savo požiūrį, sutelkdamas dėmesį į vieną iš daugelio bičių ir bitininkystės panaudojimo būdų, kad jie nekonkuruotų tarpusavyje, o papildytų vienas kitą.

Medaus maršruto dalyviai skatina bitininkystę, padeda apsaugoti biologinę įvairovę per gausius bičių pritraukiančius augalus ir siūlo lankytojams autentišką patirtį, pradedant gamtos takais ir kasmetinėmis šventėmis, ir baigiant bičių viešbučiais, kuriuose galima rasti pavienių rūšių.

Užsiėmimai apima bičių vaško žvakių kūrimą ir „Bitininko diena“ programą, kurią siūlo Ecophys Vavla kaime, apsilankymas Bičių muziejuje Kato Drys kaime, medaus perdirbimo stebėjimas ir nuosavo medaus išpilstymas Odou kaime ir kt.



Kaimai taip pat aktyviai propaguoja naudingas medaus savybes, įskaitant receptus, produktus ir medaus įtraukimą į vietinį meniu.

Kasmet organizuojami trys festivaliai - Pasaulinė bičių diena ir bičių festivalis (Ora kaimas) gegužę, Medaus ir bitininkystės festivalis (Odou kaimas) birželį bei Medaus festivalis vaikams (Melini kaimas) rugsėjį.

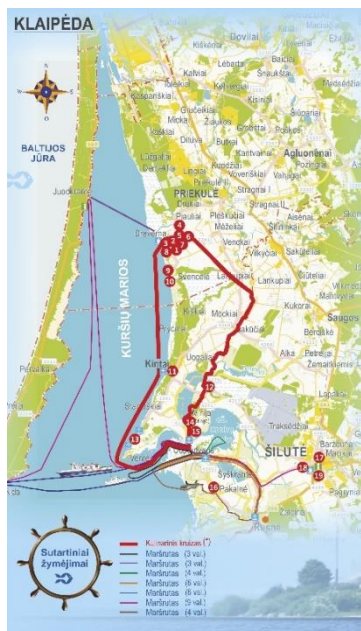
Kiekviena bendruomenė turi „Larnakos medaus kaimų“ logotipą, kuris žavi ir kviečia tyrinėti ne tik dėl savo saldžios bitininkystės tradicijos, bet ir dėl gražaus kraštovaizdžio bei tradicinės architektūros.

Nuotrauka: Bičių viešbutis. Šaltinis: www.cyprus-mail.com

Daugiau informacijos: <https://larnakaregion.com/directory/product/larnaka-honey-villages>

5.2.3. LIETUVA

1 pavyzdys: Žuvies kelias



Kulinarinis kruizas „Žuvies kelias“ yra išskirtinis kulinarinis vandens turizmo maršrutas Lietuvos pajūrio regione, plaukiantis Karaliaus Vilhelmo kanalu, Minijos upėmis, Nemuno delta, Kuršių mariomis. Kruizo metu galima pasigrožėti pajūrio gamta, aplankyti regiono lankytinas vietas, susipažinti su žūklės Kuršių mariose istorija, tradicijomis, žvejų gyvenimo būdu ir laivų statyba bei svarbiausia - paragauti kulinarinio paveldo patiekalų iš žuvies. Programa vykdoma šiltuoju metų laiku.

Žuvies kelias yra Pajūrio turizmo klasterio produktas. Tai asociacija, vienijanti 20 įmonių, įstaigų ir asmenų, teikiančių turizmo paslaugas Klaipėdos rajone. Klasteriui priklauso apgyvendinimo paslaugų teikėjai, žvejas, vėtinė, prieplauka, laivų nuomotojas, liaudies ansamblis, kelionių organizatorius, turizmo informacijos centras, kultūros namai ir kt.

Pagrindinė šios programos tikslinė grupė yra didesnės 10–30 žmonių grupės, tačiau

pagal individualius poreikius ji gali būti organizuojama mažesnėms grupėms. Yra galimybė pasirinkti skirtingo ilgio ir trukmės maršrutus. Ekskursija „Žuvies kelias“ gali trukti nuo 4 valandų iki kelių dienų - viskas priklausys nuo turistų norų ir galimybių.



Populiariausią paketą sudaro:

- Ekskursija muziejuje su interaktyvia istorine ekspozicija apie regiono istoriją ir kultūrą, laivų statytojo amatą;
- Ekskursija laivu pasirinktu maršrutu;
- Vakariene (žuvininkystės kulinarinio paveldo degustacija);
- Nakvynė.

Žuvies kelias buvo projektas, parašytas 2016 m. ir baigtas įgyvendinti 2018 m. Nuo tada projektas pritraukia daug žmonių. Buvo pasamdyta populiari Lietuvos rinkodaros firma, kuri atliko didžiąją darbą rinkodaros ir komunikacijos srityse. Be to, COVID-19 pandemijos apribojimai laisvai keliauti paskatino vietinius gyventojus keliauti šalyje, todėl 2020 m. vasara buvo pilnai užimta. Savaitgaliais žmonės negalėjo užsisakyti paslaugos, jei tai nebuvo padaryta iš anksto.

Daugiau informacijos:

- <https://www.facebook.com/zuvies>
- <https://www.instagram.com/zuvieskelias/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=c1Nbn6BEUby>

2 pavyzdys: Sodyba „Panekelpių kaimas“



Panekelpių kaimas yra tikrai maža kaimo vietovė Radviliškio rajone. Panekelpių kaime gyvena mažiau nei 10 nuolatinių gyventojų. Šis kaimas daugiausia pasižymi senais pastatais, žvyrkeliu ir dideliais plotais skirtais žemės ūkio veiklai.

2018 m. jauna šeima nusipirko seną kluoną Panekelpių kaime ir jį prikėlė naujam gyvenimui. Jie rekonstravo pastatą, sutvarkė aplinką ir pradėjo savo veiklą kaip kaimo turizmo sodyba. Panekelpių kaimo sodyba skirta ramiam poilsiui bei stilingoms kaimiškoms šeimos šventėms ar įmonių renginiams, sąskrydžiams, stovykloms.

Pagrindinis sodybos savininkų poveikis vietovei buvo tas, kad jie paskatino mažų kaimo verslininkų bendradarbiavimą. Jie pradėjo bendradarbiauti su vietine bendruomene, taip pat su restorano šefu iš gretimo miesto, į savo veiklą įtraukė netoliese gyvenantį pirtininką bei savo svečius skatina apsilankyti vietinėje smuklėje „Skėmių traktierius“. Į veiklą yra įtraukti ir kiti smulkesni kaimo turizmo verslininkai. Dabar daugelis šio rajono gyventojų palaiko vieni kitus ir bendradarbiaudami gali pasiūlyti daugybę įvairių veiklų turistams.

Kai kaimas „atgimė“, į šią vietą atvyksta daugybė turistų, kurie prašo išmėginti visas veiklas šiame kaime. Pati populiariausia programa susideda iš kulinarinės edukacijos smuklėje (su vietine muzika, tradiciniais drabužiais, kulinarinio paveldo patiekalais), susitikimo su vietos bendruomene ir jų produktų įsigijimo (džiovinti vaisiai ir daržovės, šviežia duona, žolelės ir t.t.). Jei turistai atvyksta su vaikais, jiems siūloma sudalyvauti ūkio pažintinėje edukacinėje programoje. Nakvynei dažniausiai siūloma apsistoti sodyboje „Panekelpių kaimas“. Vakare į sodybą pakviečiamas pirtininkas, kuris praveda kelių valandų programą. Pagal kiekvieno poreikius sodybos šeimininkė rūpinasi papildoma veikla arba sumažina siūlomas.



Pagrindinis šio kaimo klientas yra šeimos ir mažos grupės. Sodyba vasaros sezonu gali pasiūlyti tik 10 miegamųjų vietų. Tačiau yra galimybė pasirūpinti nakvyne palapinėje ir surengti šią programą didesnėms grupėms. Programos



trukmė priklauso nuo keliautojo poreikių. Tai gali būti vienos dienos nuotykis ar vienos savaitės poilsio stovykla. Kadangi sodybos šeimininkė puikiai kalba angliškai, ji mielai priima užsienio keliautojus ir jiems parodo tikrą Lietuvos kaimo turizmą. Žinoma, pagrindiniai turistai šioje vietovėje vis dar yra lietuviai, tačiau ateityje šeimininkė tikisi išplėsti savo paslaugas ir pritraukti užsienio rinką.

Sodybos savininkai yra tikrai aktyvūs, jie priklauso Lietuvos kaimo turizmo asociacijai, Radviliškio rajono

tarybai, todėl jie turi labai stiprų vietos valdžios palaikymą. Vietiniai žmonės taip pat yra laimingi jų indėliu ir palaiko jų veiklą.

Sodyba dirba tik šiltuoju metų laiku, todėl turistų skaičius per metus nėra labai didelis. Tačiau sodyboje vyksta daugybė susibūrimų, stovyklų, įmonių renginių ir tai padeda lengvai pritraukti dideles grupes į šias vietas. Palyginus kaimo populiarumą 2015 m. Ir dabar - skirtumas didžiulis!

Daugiau apie Panekelpių kaimą:

- <https://www.facebook.com/panekelpiai>
- <http://panekelpiai.lt/>

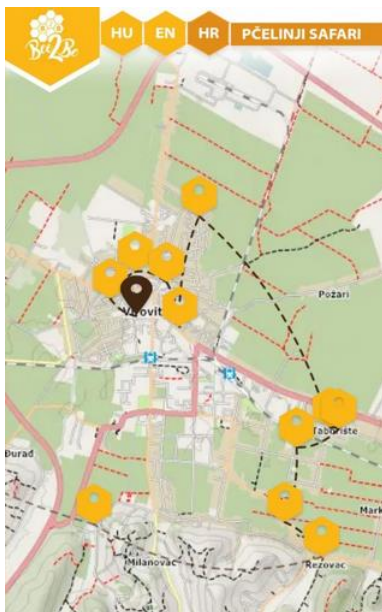
5.2.4. KROATJIA

Viena iš priežasčių, kodėl Kroatija yra tokia populiari tarp turistų – žmogaus nepaliesta gamta. Be to, kad šalyje yra aštuoni nacionaliniai parkai, esantys pakrantėje arba kelios valandos kelio automobiliu nuo jos, šalyje taip pat yra daugybė kitų gamtos parkų ir saugomų teritorijų. Dėl savo geografinės padėties ir morfologijos Kroatija apima tris biogeografinius regionus, iš devynių pripažintų Europos sąjungoje. Didžiulės lygumos rytuose, tankūs miškai, užimantys daugiau nei 35% centrinės teritorijos, ir daugiau nei 1000 salų Adrijos jūroje yra nepaprasta biologinė Kroatijos įvairovė.

Jei esate tikras smaližius – atvykite į Kroatiją ir tiesiog „BEEing“ (BEE – bitė, BEEing - būti), nes šita šalis gali pasiūlyti įvairiausio medaus. Pateikiame jums penkias vietas, kuri galite paragauti auksinio nektaro: dūgzkite kartu su bitėmis Medovita Pčelarstvo, kurkite prisiminimus Molat saloje, atvykite į Zarečje Istria, aplankykite medaus salą Bolta to Šolta, susipažinkite su bičių keliu Motovun.

1 pavyzdys: „Bee2Be“ maršrutas

Naudojant „Bee2Be“ teminį maršrutą, sukurta nuolatinė turizmo infrastruktūra, leidžianti ir skatinanti naujus bendrus turizmo produktus ir prekių ženklus tarpvalstybinėje vietovėje, ypač turizmo ir kultūros bei gamtos paveldo išsaugojimo srityje, susiejant vietas bendruomenes, NVO ir vietos gyventojus. „Bee2Be“ skatina bitininkystės plėtrą Viroviticos mieste ir Barany apskrityje Vengrijoje. Tikslai:



- 1) Supažindinti abiejų šalių visuomenę su medumi ir bitynų produktais, kad būtų propaguojami jų naudos sveikatai aspektai
- 2) Skatinti bendradarbiavimą tarp bitininkų
- 3) Populiarinti „Bičių-Safari“ teminę patirtį
- 4) Sukurti prekės ženklą, kad būtų suteikta kokybės garantija.

Pagrindinė tikslinė grupė yra bitininkai – jų įtraukimas į turizmo pasiūlymą, bitininkystės skatinimas, ekspertų seminarai, bedarbiai - kurie dalyvaus bitininkų ekspertų mokymuose; Mokyklinio amžiaus vaikai - mokykla gamtoje, dirbtuvės, kuriose bitininkystė parodoma kaip ekonomiškai naudingas pašaukimas gyvenime; Bitininkų asociacijos; Netiesioginės tikslinės grupės: Vietos gyventojai - visų pirma dėl galimo kaimo vietovių vystymosi ir pripažinimo; Vietiniai turizmo operatoriai ir agentūros - gaunantys naują turizmo produktą; Žemės ūkio įstaigos.

Virovitica miesto centre yra Bičių parkas, kurio plotas yra 2,722,81 m². Visas parkas dekoruotas bičių ir medaus tema taip sukuriant patrauklią turizmo infrastruktūrą. „Bičių Safari“ yra medaus maršrutas, kuris yra prijungtas prie esamų dviračių takų, bitynų, bičių produktų naudotojų. Tarpvalstybinis medaus maršrutas „Bičių Safari“, Agromokykla vaikams, pažintinis turas, vykdomas Viroviticoje ir Barany apskrityje.

„Bee2be“ rengia seminarus bedarbiams, kurių metu pasakojama apie bitininkystės verslo naudą, bei skatinama sukurti verslo planą savarankiškam verslui. Taip pat organizuojamas bendras Kroatijos ir Vengrijos vienos dienos medaus festivalis Šv. Ambruso dieną. Organizuojamos medaus gaminių

dirbtuvės - šios dirbtuvės skirtos moksleiviams, kuomet vaikai sužino apie bitininkystės svarbą bei kaip gaminti saldinius iš medaus.

Yra sukurta nemokama programėlė bei svetainė, kurioje pateikiama visa informacija. Joje pateikiama naudinga informacija apie medaus ir kitus bičių produktų gamintojus, jų buvimo vietą ir bičių bendruomenių apgyvendinimą, taip pat esamas restoranų ir apgyvendinimo įstaigų vietas, apiterapiją ir „Bičių Safari“ maršruto žemėlapi.

Daugiau informacijos:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=hu.pazirik.bee2be&hl=hr&gl=US>

2 pavyzdys: Dviračiu ir su šaukštu kišenėje Podravinoje - dviračių kulinarinis maršrutas

Trijų dienų paketas dviračiais, į kurį įskaičiuota ekskursija po įdomias Mura-Drava-Dunojaus biosferos rezervato vietas Virovitica-Podravina ir Koprivnica-Križevci apskritis. Patirtį sudaro apgyvendinimas tradicinėse Križnicos patalpose, važiavimas dviračiu „Eurovelo 13“ maršrutu ir ekskursija po turizmo ūkius, degustuojant vietinius tradicinius patiekalus ir kitus produktus.

1 diena

Grupei susirinkus prie Križnički tilto reikia persikelti keltu arba pereiti kabančiu tiltu į kitą Dravos pusę. Ten keliautojus pasitiks mikroautobusas, kuris nuveš į Križnicos dvarą "Dravska iža".

Ten keliautojų laukia pasitikimo gėrimas, apgyvendinimas atskiruose kambariuose, ekskursija po teritoriją ir trumpa kelionė po Križnicos kaimą. Po to laukia vakarienė, kurios metu nusprendžiama dėl maršruto kitoms dienoms ir nakvynės vietų.

2 diena – Keliavimas į Brodić kaimą (53km)

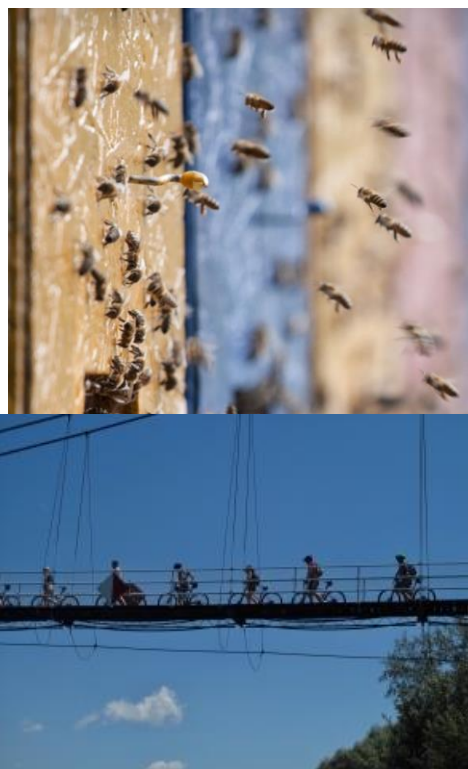


Po pusryčių prasideda kelionė į dvarą „Karlovcianų šeimos etno namai“ mažame Podravinos kaime Brodić. Kelionė dviračiu vedas per kaimus, įvairiausių kelių, tiltus, miškus ir palei Dravos upę. Atvykus organizuojami pietūs, pagaminti iš ūkio ar kitų ūkininkų užaugintų produktų. Po pietų, ekskursijų ir poilsio, grįžimas į Križnicą. Grįžus rengiamas bendras vakarienės gaminimas, bendravimas bei vietinio vyno degustacija.

3 diena – kelionė į Đurđevački Peski dykumą (63km)

Po pusryčių dviračiais keliaujama į vienintelę dykumą Kroatijoje - Đurđevački peski. Ar esatę mėginę unikalią patirtį su dviračiais smėlynuose? Čia tai galite išmėginti. Pačiame draustinyje organizuojamos ekskursijos, kurių tema – šios gamtos kilmė, būdinga flora ir fauna ir kiti įdomūs dalykai. Pasirinktinai gali būti surengtas apsilankymas Đurđevac senamiestyje, ekskursija garsioje Ivano Lackovićio Croata galerijoje ar trumpas „Picoks“ legendos sceninis pasirodymas. Po pietų grįžimas į Križnicą, kur visi dalyviai kartu kepa žuvį bei gamina žuvies troškinį taip, kaip tai darė vietiniai žvejai anksčiau.

Daugiau informacijos: <http://www.nippyadventures.com/>



5.2.5. ISPANIJA

Žemiau išvardyti kaimo turizmo patirčių pavyzdžiai yra anksčiau turėta patirtis Estremadūroje Ispanijoje ir yra pagrįsti *Product club* metodika. Visi pavyzdžiai yra susiję su kaimo turizmu ir jo kultūros paveldo (gastronomijos, istorijos, gamtos ir kt.) naudojimu.

1 pavyzdys: SŪRIO KELIAS

Estremadūroje (Ispanija) „Sūrio kelias“ yra puikus *Product club* metodikos pavyzdys, sukuriantis naują turizmo patirtį, paremtą tradiciniu Estremadūros gastronomijos elementu. Estremadūra „Sūrio kelias iš pradžių buvo įkurtas 2017 m., siekiant reklamuoti regioną kaip gastrominę turistinę vietą, pasinaudojant vietos sūrių gaminimo tradicijomis ir įvairiais sūrių tipais su saugomos kilmės vietos nuorodomis. Nuo pat pradžių ši patirtis džiugino Kácereso ir Badajozo provincijos tarybų bei vietos veiklos grupių bendradarbiavimu.



Estremadūra yra Ispanijos regionas, kurio plotas 41 634 km² ir kuriame gyvena šiek tiek daugiau nei vienas milijonas gyventojų. Tai yra retai apgyvendintas regionas, išsidėstęs aplink tris pagrindinius miestus ir daugybę mažų ir vidutinių kaimų. Dehesa yra labiausiai paplitęs kraštovaizdis Estremadūroje, o žemės ūkis ir gyvulininkystė dešimtmečius buvo svarbiausia ekonominė veikla regione. Ispanijos galvijų tinklas yra 125 000 kilometrų ilgio ir užima 400 000 hektarų šalies teritorijos. Jis yra žaliasis koridorius biologinei įvairovei išsaugoti.

Tai Ispanijos regionas, kuriame gausu sūrių rūšių, todėl galima rasti tokius kaip: P.D.O. Torta del Casar, P.D.O. Queso de la Serena ir P.D.O. Queso de los Ibores. Sūrio kultūros ir gamybos galima rasti visose Estremadūra regiono vietose. Puiki sūrių kokybė ir įvairovė, kuria džiugina regionas, parodo šių skanėstų gaminimo svarbą regiono ekonomikoje. Taip pat labai svarbu atkreipti dėmesį į amatininkus – sūrių gamintojus, kuriems pavyko išlaikyti gyvas tradicijas ir gamybos būdus, kuriuos paveldėjo iš savo protėvių.

„Sūrio kelias“ siūlo gastrominę, kultūrinę ir gamtos patirtį, paskirstytą aštuoniais maršrutais, tokiais kaip: Torta del Casar sūrio maršrutas, La Serenos sūrio maršrutas, Los Ibores sūrio maršrutas, La Vera sūrio maršrutas, Monfragüe sūrio maršrutas, Tentudía sūrio maršrutas, Tierra de Barros Sūrio maršrutas ir „Tajo Internacional“ sūrio maršrutas, Sierra de San Pedro, Los Baldíos. Visi jie leidžia susipažinti su sūrio tradicijomis regione, taip pat jomis mėgautis, apžiūrėti kraštovaizdį bei aplankyti muziejus ir pagrindinius paminklus (pilis, rūmus, religinius pastatus, ir pan.). „Sūrio kelias“ įtraukia kaimo namus, viešbučius, restoranus, gastronomijos parduotuves, gidus, veiklos įmones, vyno rūsius, kas leidžia turistams ir lankytojams mėgautis visiškai įtraukiančia Estremadūra kulinarine kelione.



Kaip teigiama interneto svetainėje, „Sūrio kelią“ šiuo metu sudaro apie 80 įmonių ir asmenų, kuriuos vienija bendra aistra sūriui. Ši kooperacija apima apgyvendinimą turistams, maitinimo paslaugas, gastronomijos produktų parduotuves, muziejus, veiklos paslaugas, turizmo biurus, sūrio ir gyvulininkystės ūkius, kurie pasirengę paversti gastrominę patirtį nepamirštama emocija. Šis konsorciumas siekia skleisti žinią apie Estremadūra sūrį, regiono kultūros, meno ir gamtos paveldą.

Daugiau informacijos:

- [Cheese Route in Extremadura](#)
- [Ruta del Queso de Extremadura - Home](#)

- [@rutaguesoextremadura • Instagram photos and videos](#)
- [Ruta del Queso](#)

2 pavyzdys: ITINERA CAROLUS V



2007 m. Balandžio 25 d. Burgose (Ispanija) buvo sukurtas Karolio V maršrutų bendradarbiavimo tinklas (RCCV), siekiantis skatinti turizmo, istorinius, kultūrinius ir ekonominius Karolio V maršrutų išteklius. Nuo to laiko buvo atlikta daug darbo kuriant išsamią turizmo programą. Šiuo metu tinklą sudaro daugiau nei 80 Europos savivaldybių ir istorinių vietų, visos jos susijusios su imperatoriumi Karoliu V (1517–1557 m.). Partnerių tinklas taip pat apima ES nepriklausančias šalis (Maroką, Tunisą, Alžyrą ir Panamą).

Karolio V turistinis paketas pristatomas kaip „Svetingumo, amatų ir žemės ūkio maisto produktų meistriskumo pasiūlymas“, kurio tikslas supažindinti su įvairiais maršrutais, kuriais keliaudavo karalius/imperatorius Karolis. Miestų ir regionų viešbučių, amatų ir žemės ūkio maisto produktų veikla integruojama palei 17 esamų imperatoriaus maršrutų, kurie yra paskirstyti Iberijos, Nyderlandų, Italų, Germanų ir Jūrų keliuose.

Siekdamas garantuoti aukščiausius kokybės standartus, kuriuos patirtis siūlo turistams ir lankytojams, maršrutai integruoja 5 kokybės ženklus, kurie suteikiami tik tada, kai atitinkami subjektai garantuoja, kad laikomasi geros praktikos vadovų, specialiai sukurtų kiekvienai veiklai / paslaugų teikimui. Įmonės, kurios yra šios bendrystės dalis, yra įsikūrusios savivaldybėse ar miestuose, priklausiusiose Europos imperatoriaus Karolio bendradarbiavimo tinklo maršrutams. „Charles V Tourist“ klasifikacija yra tokia: apgyvendinimas, restoranai, amatų gaminių gamyba ir (arba) pardavimas, tradicinių maisto produktų gamyba ir (arba) pardavimas bei bendradarbiaujančios įstaigos.

Karolio V maršrutų tinklo siūloma turistinė patirtis grindžiama imperatoriaus kultūrinio, istorinio-meninio, akademinio ir socialinio palikimo propagavimu ir sklaida, išryškinant Europos tautų panašumus nuo viduramžių. Visi atstovaujami regionai siūlo daugybę kultūros ir gamtos vietų, taip pat veiklų susijusių su Europos renesanso visuomene (XVI a.), Karolio V figūra.

Kai kurie kultūrinio maršruto tikslai:

- *Skatinti renesanso Europos kultūros paveldo išsaugojimą ir sklaidą, skatinant bendrus veiksmus jo valdymui, atkūrimui ir socialiniam stiprinimui.*
- *Skatinti kultūrinius ir švietimo mainus, ypatingą dėmesį skiriant skirtingų regionų ir šalių jaunimo ryšiams.*
- *Ryžtingai dirbti kuriant tvarius turizmo produktus, kuriais siekiama pagerinti piliečių gyvenimo kokybę, darbo vietų kūrimą, turizmo sezoniškumą ir kokybiško turizmo ir kultūros pasiūlymo sukūrimą.*



Suplanavus daugiau nei 50 renginių ir užsiėmimų 2021 m. Europoje, Karolio V maršrute esančių turistinių vietų populiarinimas tarptautiniu mastu pasirodė esąs sėkmingas, taigi per 2020 m. Maždaug 50 naujų įmonių La Vera (Estremadūroje) kreipėsi dėl narystės. Panašaus augimo tikimasi ir ateityje.

Daugiau informacijos: [Itinera Carolus V | Las Rutas del Emperador](#) / [Rutas Europeas de Carlos V / European Routes of Charles V](#)

3 pavyzdys: PIRĖNŲ KUMPIO MARŠRUTAS



Pirėnų kumpio maršrutas veikia nuo 2008 m., tai yra bendra Estremadūros, Andalūzijos, Kastilijos ir Leono autonominių bendruomenių įmonė, bendradarbiaujant su dabartine Žemės ūkio, žuvininkystės ir maisto ministerija bei skatinama Turizmo generalinio sekretoriato, prie Pramonės, prekybos ir turizmo ministerijos. Pirėnų kumpio maršrutas sujungia penkias provincijas ir daugiau nei 400 savivaldybių, kuriose dalyvauja daugiau nei šimtas įmonių. Todėl šis *Product club* pavyzdys yra vienas iš iškiliausių nacionalinės gastronomijos produktų - Pirėnų kumpio - keturių kilmės vietos nuorodų teritorijoje: Guijuelo, Dehesa de Extremadura, Jamón de Huelva, Los Pedroches.

Visų minėtų sričių bendras bruožas yra *dehesa* - viena unikaliausių ekosistemų planetoje, be kurios Pirėnų kumpis neegzistuos. Tai taip pat yra išskirtinė pėsčiųjų ir dviračių kelionių aplinka.



Pirėnų kumpio maršrutas buvo sukurtas „siekiant skatinti turizmo plėtrą dalyvaujančiuose regionuose per strateginį ir savanorišką įvairių viešųjų ir privačių agentų aljansą“, didinant supratimą apie išskirtinę Pirėnų kumpio kokybę ir jį supančią kultūrą, leidžiant lankytojams sužinoti, pavyzdžiui, apie tradicinius procesus, susijusius su amatininkų maisto produktais, tokių kaip konservuota mėsa, gamyba. Protėvių tradicija, apimanti populiarias šventes, tokias kaip kiaulių skerdimas.

Tikslas buvo skatinti įmonių ir turizmo sektoriaus kokybę ir konkurencingumą dalyvaujančiuose regionuose, „didinant jų įvaizdį ir pritaikant produktų katalogą“ nacionaliniam turizmui.

Nors nacionaliniai turistai jau daugelį metų žino apie *dehesa* teikiamus skanėstus, sukurtas Pirėnų kumpio maršrutas išgarsėjo tarptautiniu mastu ir šiuo metu tai yra vienas iš labiausiai ieškomų Ispanijos gastronomijos produktų.

Tokiame konkurencingame sektoriuje kaip turizmas yra nepaprastai svarbu žinoti paklausą, kad būtų aišku, kokio tipo turizmo produktas turi būti kuriamas. Dėl šios priežasties būtina žinoti, kokia yra turisto motyvacija. Šiuo metu visoje Pirėnų kumpio maršruto teritorijoje yra siūloma apie 40 skirtingų maršrutų, kuriuos galima pritaikyti kiekvieno turisto poreikiui ir skoniui (gastronomija, gamtos peizažai, vietiniai vynai, fermos ir kt.).



Tarp daugelio maršruto bendrovių galima rasti tokius objektus kaip kumpio džiovynas, Pirėnų kiaulių auginimo fermas, restoranus, apgyvendinimo vietas ir vynes, gastronomijos ir etnografijos muziejus, parduotuves ir laisvalaikio užsiėmimų teikėjus (jodinėjimas, dviračiai ir kt.).

Daugiau informacijos:

- [Inicio - Club del Producto Rutas del Jamón Ibérico](#)
- [Club de Producto Ruta del Jamón Ibérico](#)

6. Baigiamosios pastabos

Dauguma turistų keliaudami siekia autentiškų, unikalių įspūdžių ir vietinio gyvenimo būdo pažinimo. Šiuo atveju kaimo turizmas gali puikiai atitikti šią tendenciją. Keliautojai ieško vietų ir pramogų, kurios būtų įdomios, o tuo pačiu ir edukacinės. Žmonės ieško patirties, kuri atspindėtų unikalių vietovės pobūdį, jos kaimo savybes ir kultūrinius vertybes.

Kaimo turizmo bendradarbiavimo pavyzdžiai parodė, kad kiekviena projekto partnerė šalis turi puikias galimybes ir išteklius pasiūlyti kultūrinę patirtį, įskaitant sąveiką su vietos bendruomenėmis ir susipažinimą su vietovės gyvenimo būdu. Iš visų pavyzdžių galime pamatyti, kad viena iš pagrindinių priežasčių, kodėl keliautojai atostogoms renkasi kaimo vietoves, yra nepaliesti kraštovaizdžiai ir gamta. Autentiški būstai, kuriuos dažniausiai prižiūri šeima, kuriai jie priklauso, vietinis maistas ir tradicijos (muzika, menas, šokiai), veikla, kurią sunku rasti didmiestyje šiuo metu yra labai paklausia.

Product club seminaro metu sukurtos idėjos padėjo išvystyti turizmo paketus, apimančius apgyvendinimą, agroturizmą, švietimą, vietinį maistą, tradicijas ir kt. Be to, kaimo verslininkai supranta, kad bendradarbiavimas kaimo turizmo srityje ir naujų turizmo produktų kūrimas duoda naudą vietos bendruomenėms. Tai padeda kaimo vietovėms ekonomiškai vystytis kuriant papildomas pajamas ir naujas darbo vietas.

STORIE *Product club* seminarų idėjos ir pateiktos šalių realios patirtys parodo, kad kaimo turizmas yra puiki aplinka kuriant naujus kombinuotus turizmo produktus. Šis dokumentas gali būti tolesnės patirties plėtojimo partnerių ir kitose šalyse vadovas.

Priedas Nr. 1. Kitių šalių programos sukurtos per *Product club* seminarus (anglų kalba)

1. HUNGARY

Title: Interactive tasty experiences in Matyóland

Target group: Hungarian tourist groups, ages 40-60

Duration: 3 days 2 nights

Content of the package:

Day 1

- Walk across the Main Square to Hadas (open-air museum district in Mezőkövesd)
- Welcome drink and scones in matyo costume
- Visit to Kisjankó Bori Memorial House
- Guided tour for visiting the creative houses, craft worker houses of Hadas district according to individual interest (furniture painter, gingerbread, fire enamel, painter / weaver, music house, potter) – possibility to try all types of crafts
- Evening: Wine cellar visit, dinner, wine tasting, live folk music, outdoor chimney cake baking

Day 2

- Visit the museums of the town: Matyó Museum, City Gallery, St. László church, guided tour in all places
- Lunch: traditional matyó dishes in a local restaurant
- Bathing in Zsóry Spa and Wellness Bath
- Evening: Matyo wedding dance show, song and dance learning, poetry carving, tasting wine and brandy and regional dishes for dinner

Day 3

- Bakery workshop in a 100 years old country house, pasta making, baking, lunch on the spot from the prepared dishes
- Soap making workshop
- Tasting Matyó Manna – traditional dish



2. CROATIA

Title: Feel and taste the spirit of the past

Target group: individuals and groups of middle age, 35 to 55 years

Content of the package:

Day 1

- Arrival in Virovitica and welcome to the atrium of the Pejačević castle
- Welcome drink with storytelling (homemade brandy Harmund, natural juices "Braná" and wines from local producers, cured meat specialties "Šuvak" and cheeses from local producers, langoustines, etc....)
- Tour and interpretation of the material and permanent exhibition of the city museum Virovitica
- Departure and accommodation in accommodation facilities Heritage Hotel kurija Janković and / or Visitor center Janković castle Suhopolje
- Dinner: "Tastes enjoyed by the nobles" in the newly renovated restaurant Dvorac
- Return to accommodation facilities

Day 2

- Breakfast and morning healing in the wellness facilities of the accommodation facilities
- Guided one-day tour around Virovitica:
 - Going to the river Drava, ferry ride and crossing the pedestrian bridge, tour of the Interpretation Center of the Mura-Drava-Danube Biosphere Reserve in Križnica
 - Going to Grabrovnica and visiting the Interpretation Center "House of Petar Preradović" poet, Austro-Hungarian general and nobleman (including creative workshops on writing with a goose feather, filling souvenir pillows with goose feathers...)
 - Continuation of the tour and lunch at the Zlatni Klas Restaurant in Otrovanac. Traditional Podravina-Slavonia lunch with interesting storytelling. After lunch optional, recreational activities in the spacious village yard: badminton, table tennis, horseback riding, cycling
 - Shorter walking route approx. 5 km from the excursion centre in the vineyards to the Vineda Cellar Winery. Wine tasting with a short sommelier course. Dinner made up of local specialties paired with Vineda cellar wines
- Return to accommodation in the evening

Day 3

- Morning bike ride to Virovitica fishponds
- Tour of the educational trail "Virovitica Bilogora" with a guide. Interpretation related to the history of Virovitica fishponds.
- Gastro creative workshop for preparing local dishes on an open fire (shepherd's pie, fish stew, roasted fish on a plate, cauldron)
- Lunch
- Return by bicycle to accommodation facilities, afternoon rest
- Evening tour of the Interpretation Center Janković Castle Suhopolje. Guided tour through the castle space. Evening screening at 5D cinema
- Dinner in the restaurant of the Janković castle in Suhopolje (wild animals specialties paired with wines from the Diba Suhopolje winery)